

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis tindak tutur imperatif dalam teks iklan berbahasa Perancis, serta saran bagi dosen, mahasiswa dan peneliti selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis 22 teks iklan berbahasa Perancis yang mengandung tindak tutur imperatif dalam majalah *online La Gazette de Côte-d'Or* edisi bulan Januari – Maret 2014. Dari 22 iklan tersebut diklasifikasikan menjadi 10 jenis iklan, diantaranya yaitu: iklan properti, mobil, produk kecantikan, produk makanan, produk majalah, layanan umum, acara radio, produk perlengkapan rumah, iklan acara pertunjukan Christian Legal di Zénith de Dijon dan iklan DFCO *Sport Unit*. Berdasarkan hasil analisis data pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat berbagai jenis tindak tutur imperatif dalam teks iklan berbahasa Perancis pada majalah *online La Gazette de Côte-d'Or* edisi bulan Januari – Maret 2014. Jenis-jenis tindak tutur imperatif yang terdapat dalam teks iklan tersebut diantaranya yaitu tindak tutur imperatif ajakan, permintaan, anjuran, imbauan dan suruhan. Teks iklan yang menggunakan tindak tutur imperatif tersebut mengandung makna mengajak, menyuruh, meminta, mengimbau dan menganjurkan para pembaca sebagai calon konsumen agar tertarik dan pada akhirnya membeli atau menggunakan produk maupun jasa yang diiklankan.
2. Tindak tutur imperatif yang paling dominan yang terdapat dalam teks iklan pada majalah *online La Gazette de Côte-d'Or* edisi bulan Januari – Maret 2014 adalah tindak tutur imperatif ajakan. Dari 22 iklan yang dianalisis, terdapat 10 iklan yang

Diah Ismiati, 2015

ANALISIS TINDAK TUTUR IMPERATIF DALAM TEKS IKLAN PADA MAJALAH ONLINE LA GAZETTE DE COTE-D'OR EDISI BULAN JANUARI - MARET 2014

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mengandung tindak tutur imperatif ajakan di dalamnya. Sebanyak 8 iklan mengandung tindak tutur imperatif anjuran, kemudian terdapat 2 iklan yang mengandung tindak tutur imperatif imbauan. Dan sisanya mengandung tindak tutur imperatif permintaan dan suruhan, masing-masing sebanyak 1 iklan.

3. Majalah *online La Gazette de Côte-d'Or* dapat dijadikan media pembelajaran dalam mata kuliah *Français des Médias*. Selain itu, mahasiswa dapat memperoleh wawasan mengenai tindak tutur imperatif yang dapat digunakan sebagai *headline* dalam teks iklan untuk mempromosikan produk maupun jasa yang diiklankan.

5.2 Saran

Setelah memaparkan kesimpulan hasil analisis tindak tutur imperatif dalam teks iklan pada majalah *online La Gazette de Côte-d'Or* edisi bulan Januari – Maret 2014, peneliti mencoba untuk memberikan saran atau rekomendasi yang dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, di antaranya:

1. Bagi pengajar bahasa Perancis, diharapkan dapat memanfaatkan iklan sebagai media pembelajaran alternatif, sehingga para pembelajar bahasa Perancis dapat menambah wawasan mengenai tindak tutur imperatif dalam teks iklan berbahasa Perancis.
2. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat memanfaatkan iklan (yang berbahasa Perancis khususnya) untuk menambah wawasan mengenai tindak tutur imperatif.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai tindak tutur imperatif dalam iklan, baik iklan pada media cetak maupun iklan pada media elektronik.